

**Учет особенностей средств массовой коммуникации при переводе
текстов публицистического стиля**

Филипчик Н. А.

ГУО «Академия последипломного образования»

В связи с ростом информационного обмена в обществе все большую актуальность приобретает такое явление, как средства массовой коммуникации (СМК). Существует несколько подходов к определению данного явления. Так, с точки зрения ряда авторов средства массовой коммуникации следует рассматривать как более обширное явление по сравнению с уже привычным термином СМИ – средства массовой информации. Однако нередко СМК отождествляются со СМИ как с одной из самых ярких сторон массовых коммуникаций.

Глобализация ведёт к повышенной востребованности информации на иностранных языках, а рост темпа жизни – к тому, что такая информация нужна здесь и сейчас. Вот почему особое значение в работе переводчика приобретает перевод текстов публицистического стиля. Рассмотрим ряд особенностей, знание которых может значительно повысить качество перевода информационных текстов.

Прежде всего, особое значение для переводчика в такой ситуации имеет правильное определение адресата исходного текста. Для успешного выполнения переводческой задачи следует быть готовым к адаптации текста под нужды адресата, а, следовательно, и правильно выбирать переводческую стратегию. Если есть необходимость в адаптации текста, следует проанализировать текст на предмет темы и основной мысли и рассмотреть, насколько данная основная мысль будет важна для итогового адресата текста.

Большое значение также имеет понимание структуры исходного текста. В связи с этим важно учесть, что немалое количество текстов информационного характера имеет так называемую структуру «перевернутой пирамиды», которая во многом не совпадает со структурой обычных текстов. По правилам «перевернутой пирамиды» самая важная информация помещается в первой половине текста, а ближе к концу располагаются наименее значимые факты. Данная техника написания текста имела большое значение в начале существования печатной прессы – благодаря ей при подготовке издания к публикации можно было регулировать объём текста за счёт отказа от малозначимой информации в его конце. При переводе публицистического текста, предназначенного к публикации, большую роль играет также грамотный подбор названия.